

Evolución de la industria publicitaria

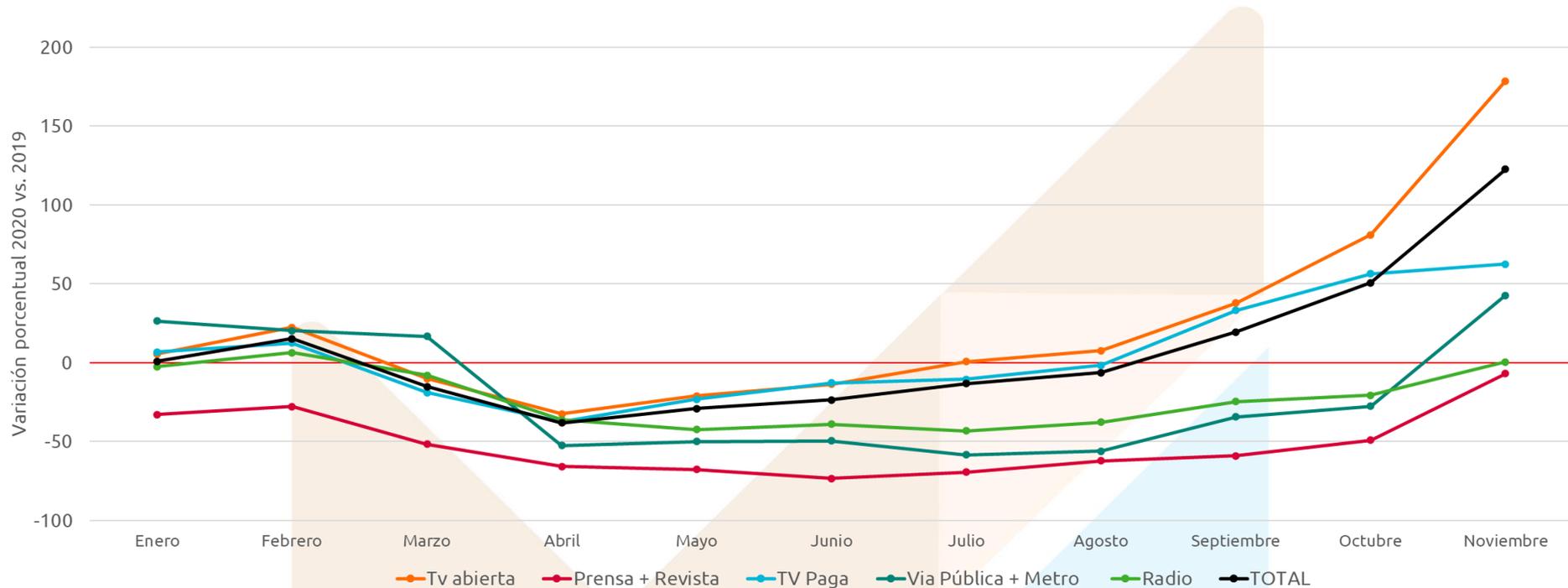
en tiempos de **COVID-19**

Actualizado al 30 de noviembre



Inversión publicitaria mensual

ene - nov 2020 vs. 2019



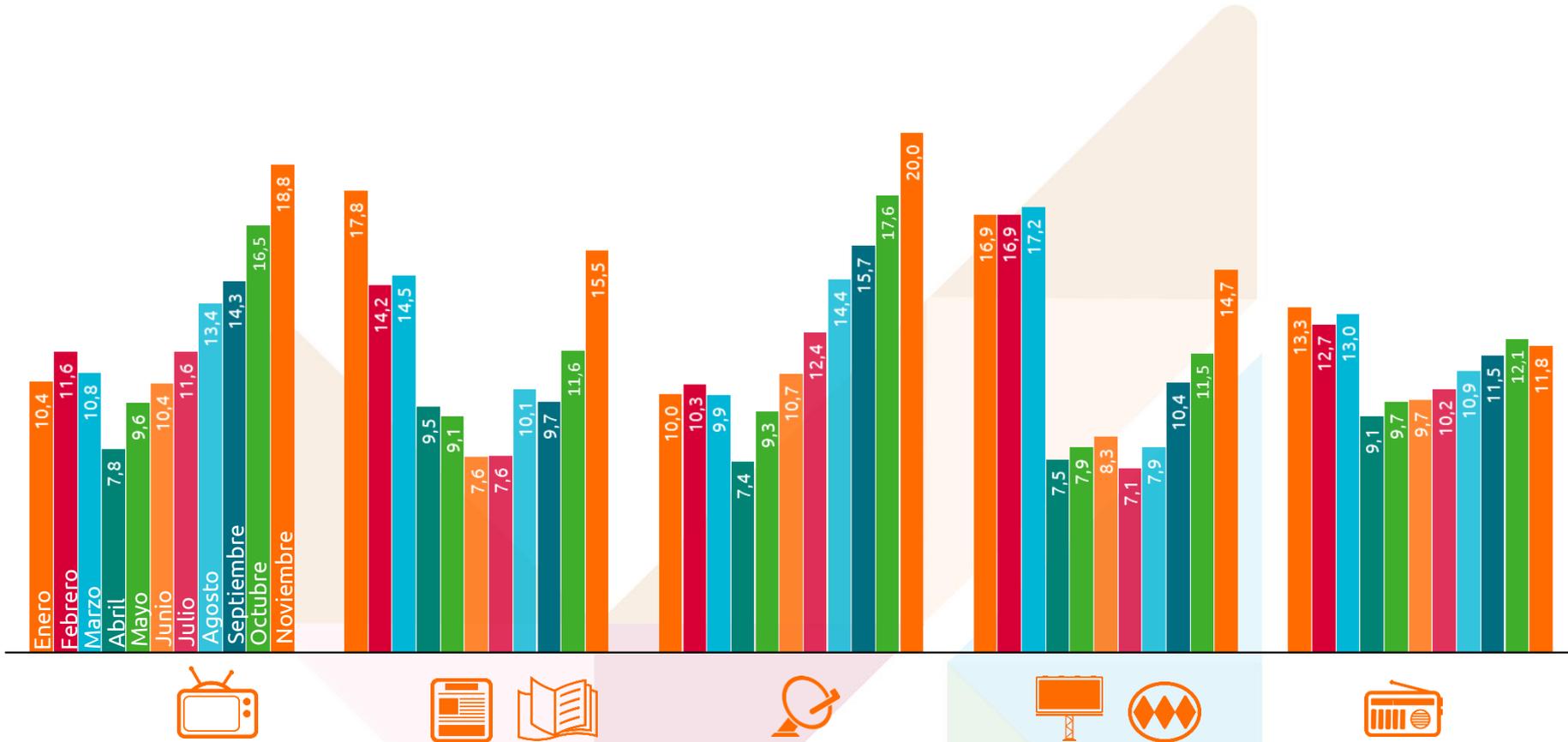
Para el mes de noviembre 2020 los medios Tv Abierta y Tv Paga registran una inversión superior con relación al mismo periodo año 2019 (178,5 y 62,6 % respectivamente) , un aumento considerable debido a la baja en inversión publicitaria que mostraron estos dos medios en noviembre 2019 por el estallido social. Individualmente la variación porcentual noviembre 2020 vs. 2019 puede describirse como sigue:

$$\begin{aligned}
 \% \text{variación nov } \frac{2020}{2019} = & \text{ (TV Abierta) } + \text{ (TV Paga) } < \text{ (Radio) } < \text{ (Prensa + Revista) } + \text{ (Via Pública + Metro) } < \text{ (Radio) } < \text{ (TV Abierta) } \\
 & -6,9\% \quad +0,5\% \quad +42,6\% \quad +62,6\% \quad +178,5\%
 \end{aligned}$$

Inversión publicitaria mensual

ene - nov 2020

SOI mensual 2020

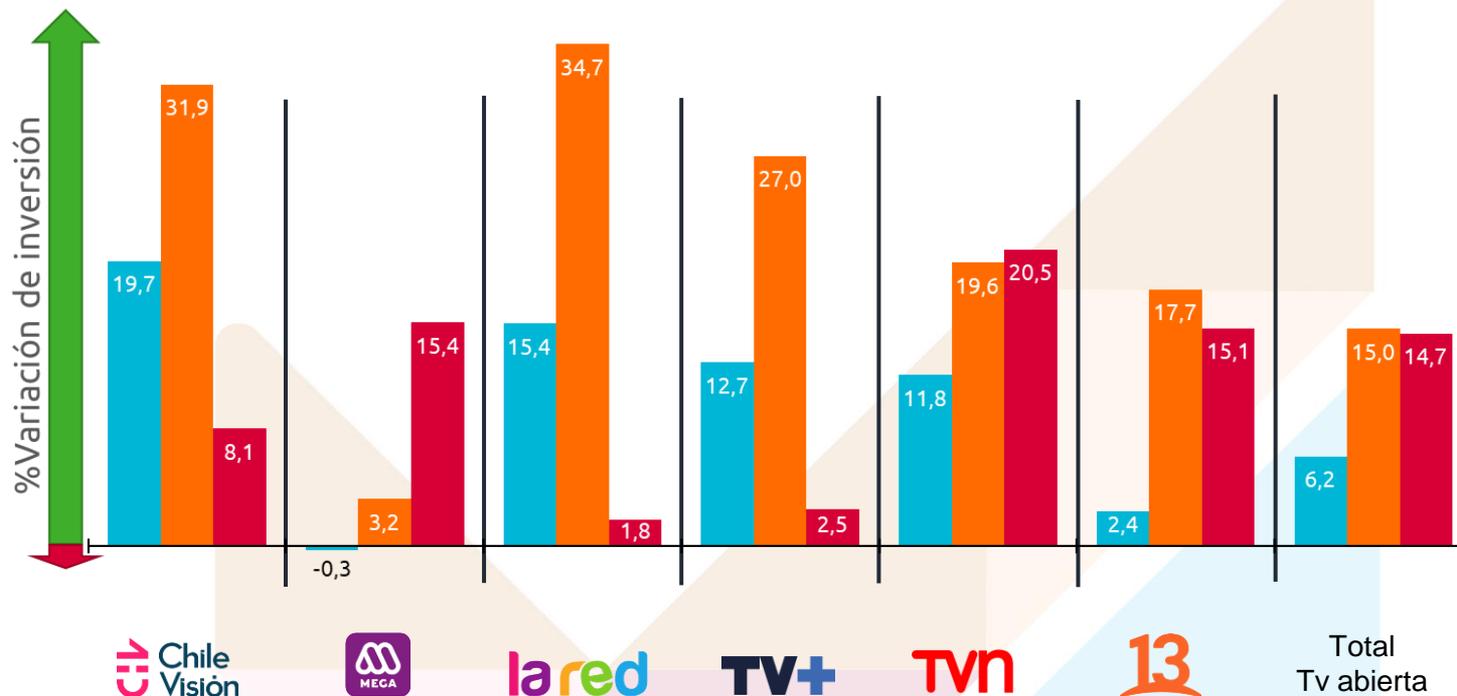


Los medios Tv Paga y Tv Abierta poseen un *share of investment* (SOI) de 20,0 y 18,8% para el mes de noviembre, y continúan siendo los medios con mayor porcentaje de recuperación de la inversión publicitaria en tiempos de COVID-19, le sigue Prensa + Revistas con 15,5%, Vía Pública + Metro con 14,7% y finalmente Radio con 11,8% de SOI.

Inversión publicitaria mensual

sep – nov

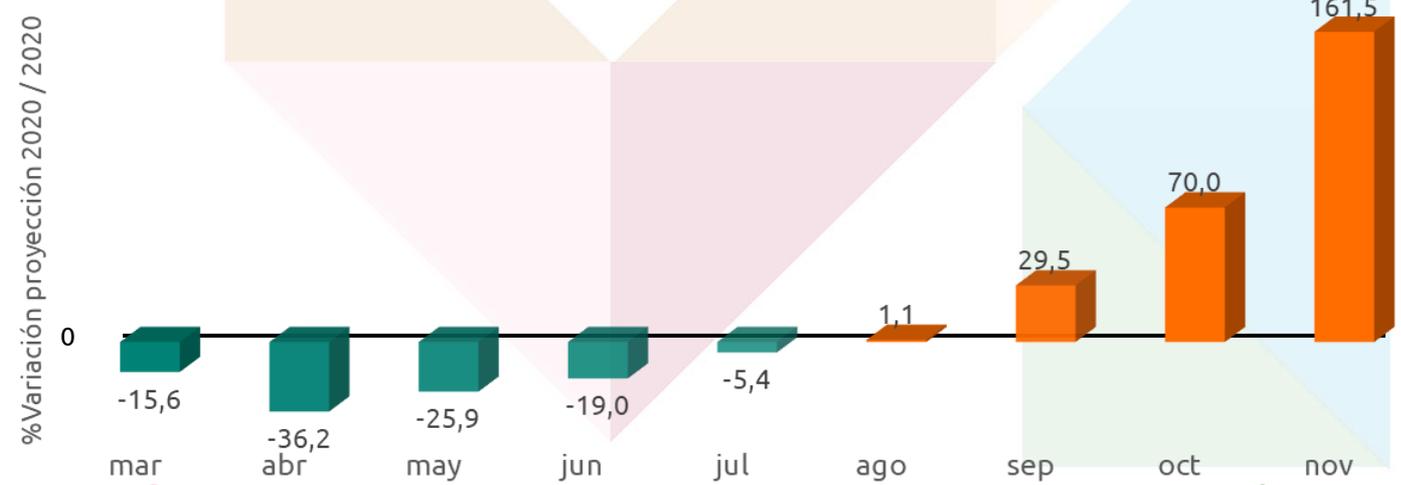
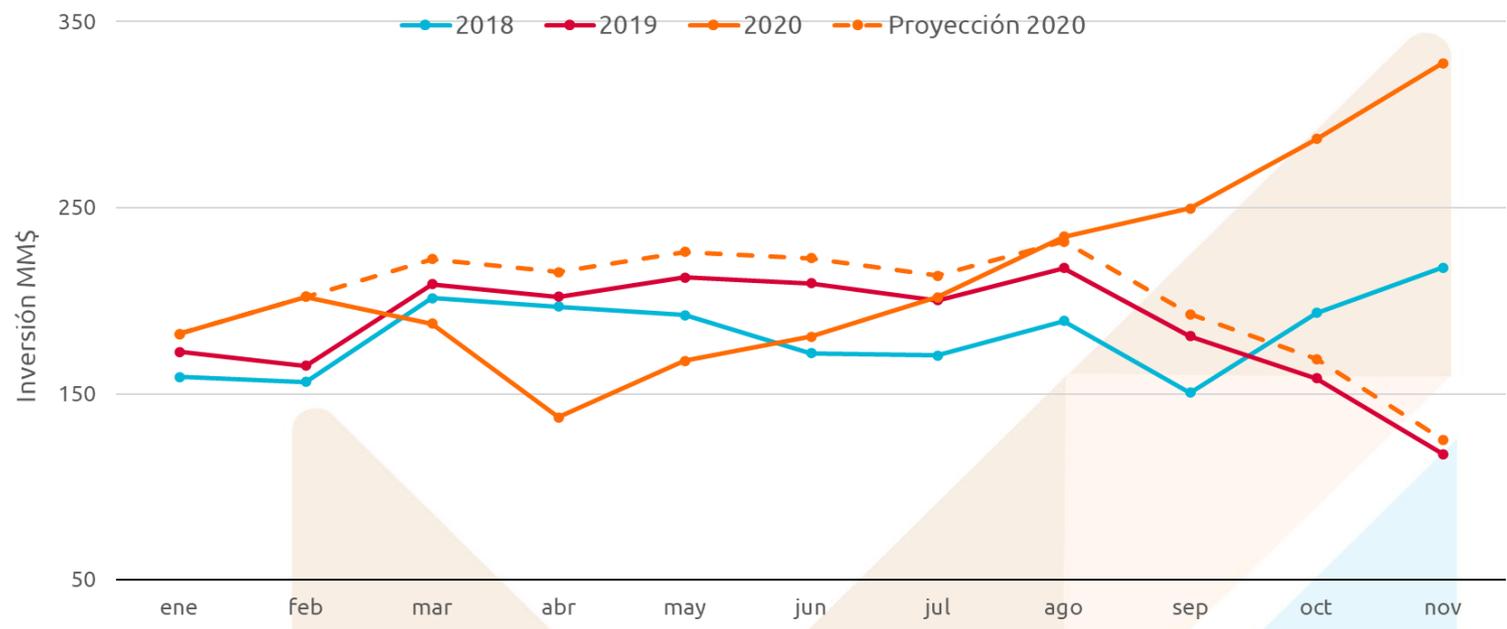
■ septiembre/agosto ■ octubre/septiembre ■ noviembre/octubre



El medio Tv Abierta aumenta en 14,7% la inversión publicitaria en el mes de noviembre con relación al mes de octubre, motivado al aumento de inversión mostrado por todos los canales de Tv abierta para el periodo descrito.

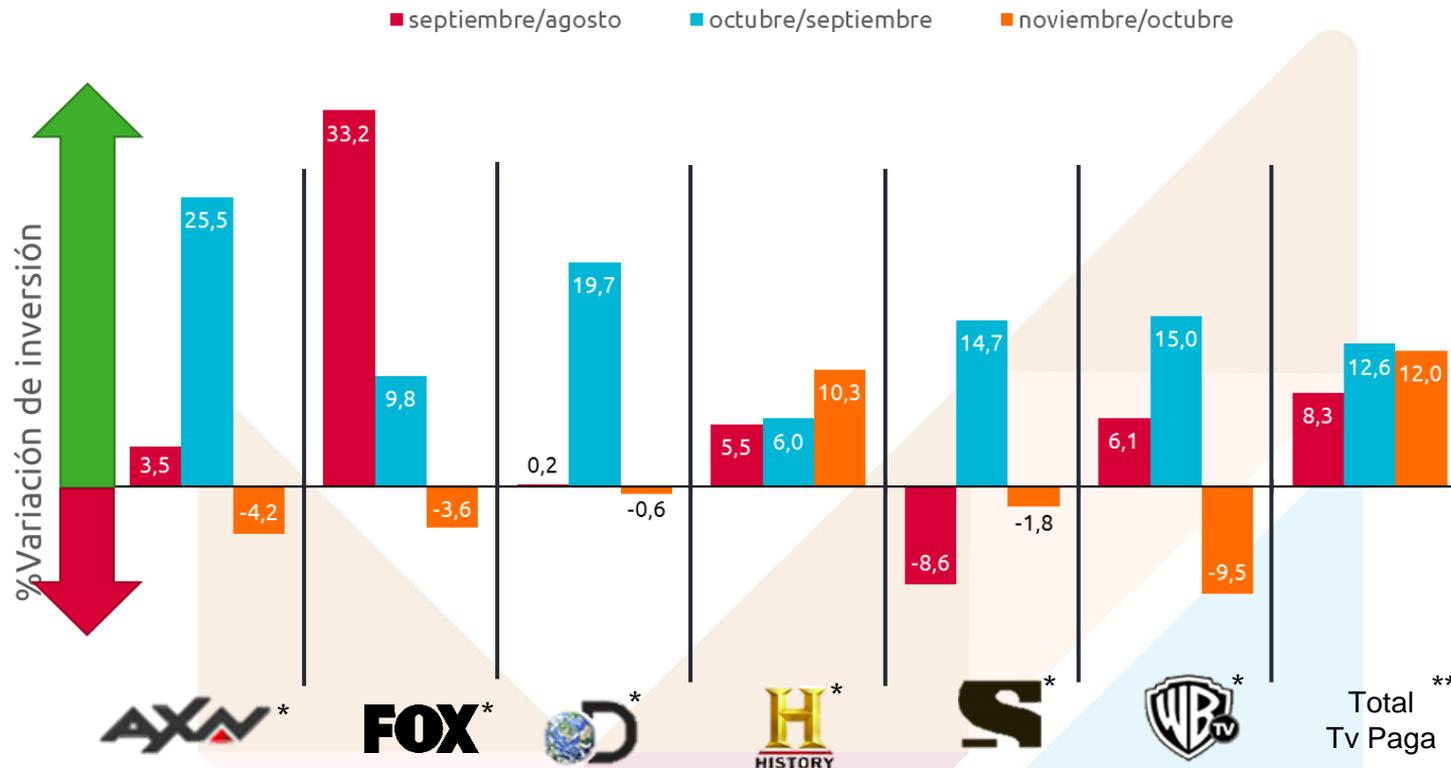
$$inversión \frac{noviembre}{octubre} = - \text{la red} < \text{TV+} < \text{Chile Visión} < \text{13} < \text{MEGA} < \text{TVN} +$$

EFEECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA



Inversión publicitaria mensual

sep – nov



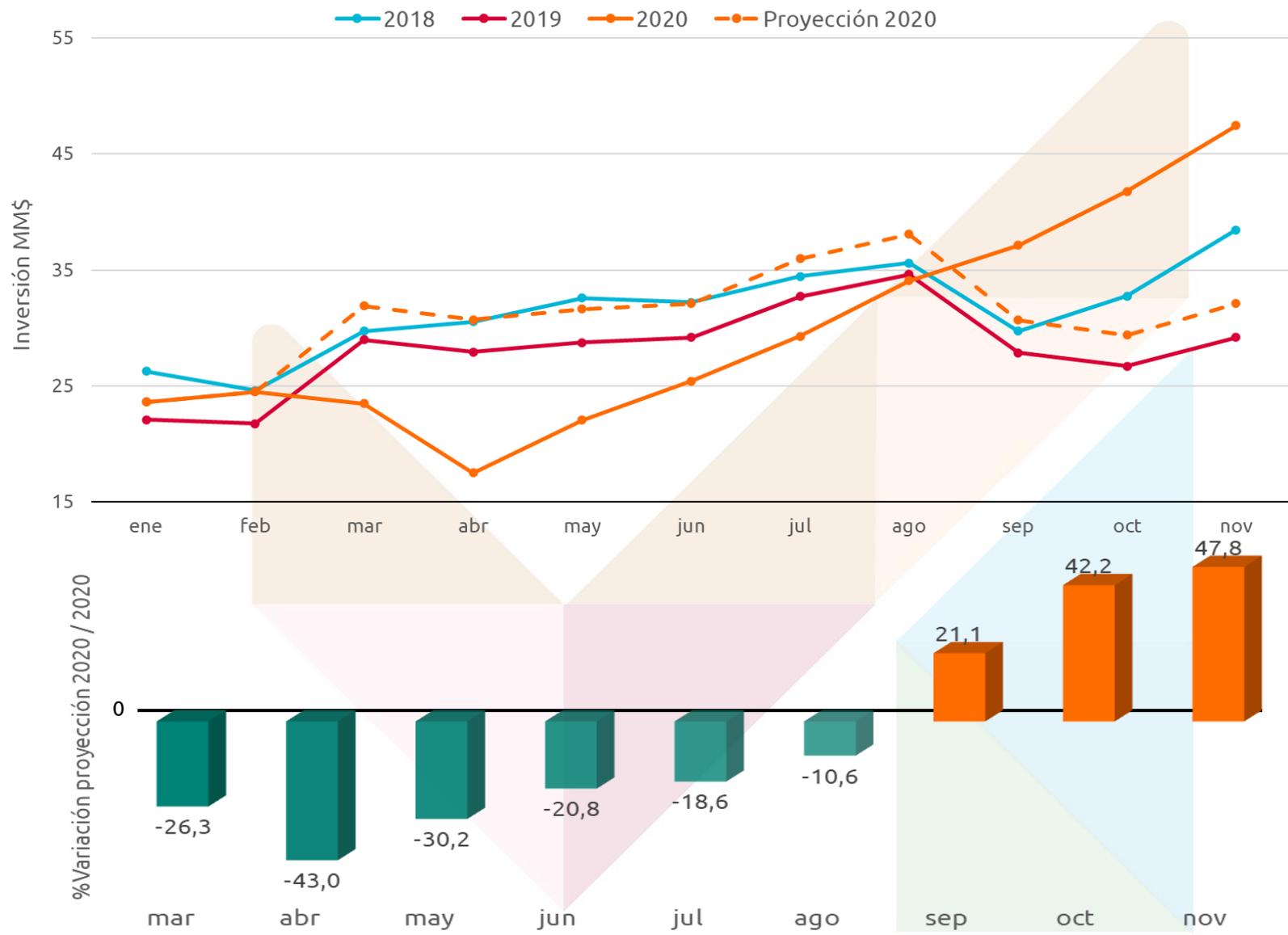
El medio Tv Paga aumenta en 12,0% la inversión publicitaria del mes de noviembre en comparación con la registrada para el mes de octubre, a pesar de que para los canales de Tv Paga mostrados en el gráfico solo History aumenta su inversión para el periodo mencionado.

$$\text{inversión} \frac{\text{noviembre}}{\text{octubre}} = \text{WB} < \text{AXN} < \text{FOX} < \text{S} < \text{D} < \text{HISTORY} +$$

*Se muestran los 6 primeros canales de acuerdo al ranking de inversión publicitaria.

**Corresponde al total general del medio con todos los canales verificados por la empresa.

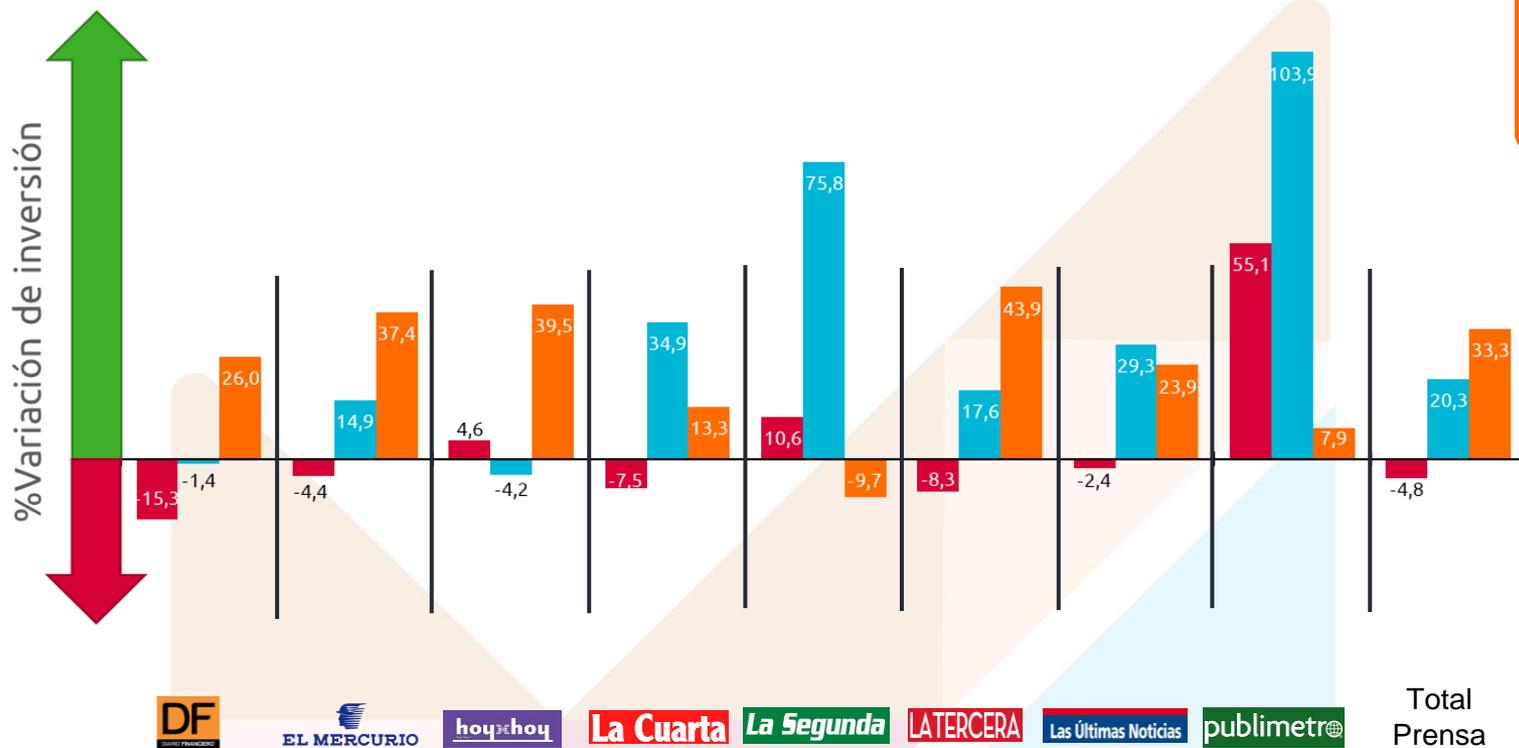
EFFECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA



Inversión publicitaria quincenal

sep – nov

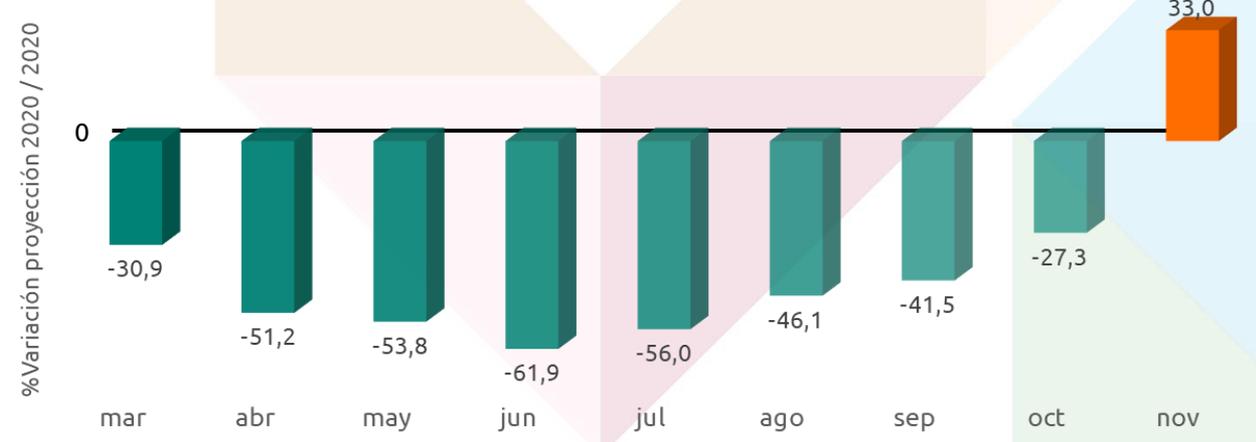
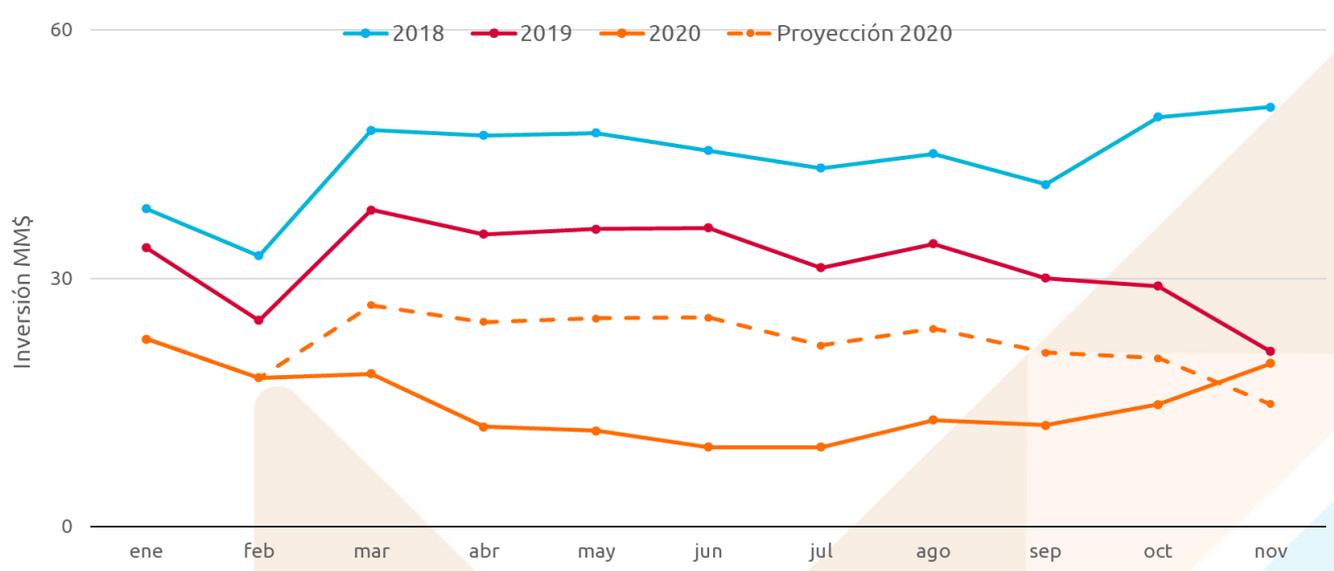
■ septiembre/agosto ■ octubre/septiembre ■ noviembre/octubre



El medio Prensa presenta un aumento de 33,3 % de inversión publicitaria para el mes de noviembre en comparación con la inversión registrada en el mes de octubre, siendo el diario La Segunda, el único que disminuye su inversión publicitaria para el periodo referido.

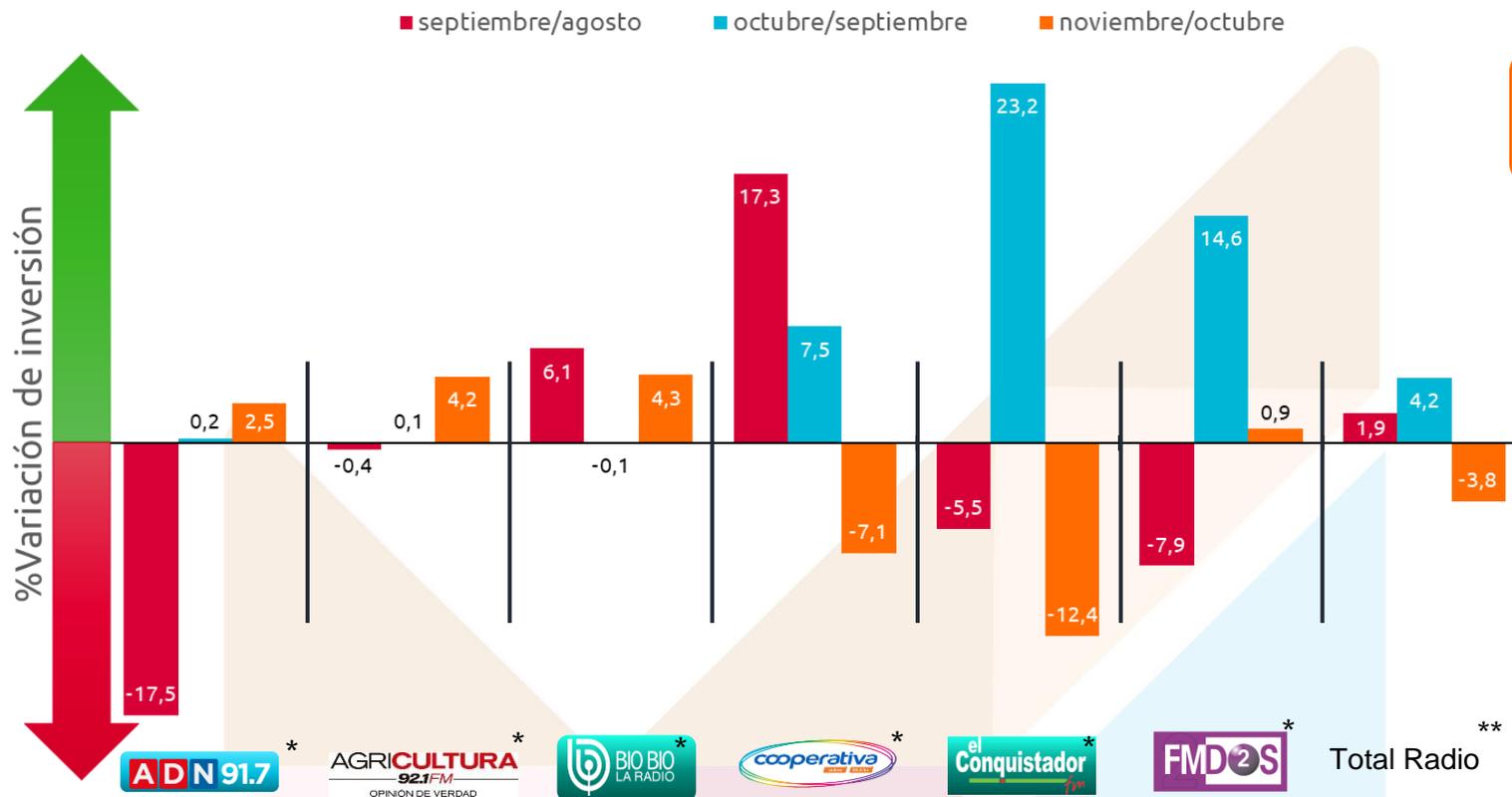
$$inversión \frac{noviembre}{octubre} = \text{La Segunda} < \text{publimetró} < \text{La Cuarta} < \text{Las Últimas Noticias} < \text{DF} < \text{EL MERCURIO} < \text{hoy=hooy} < \text{LATERCERA} >$$

EFFECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA



Inversión publicitaria quincenal

sep – nov



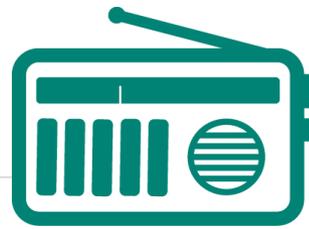
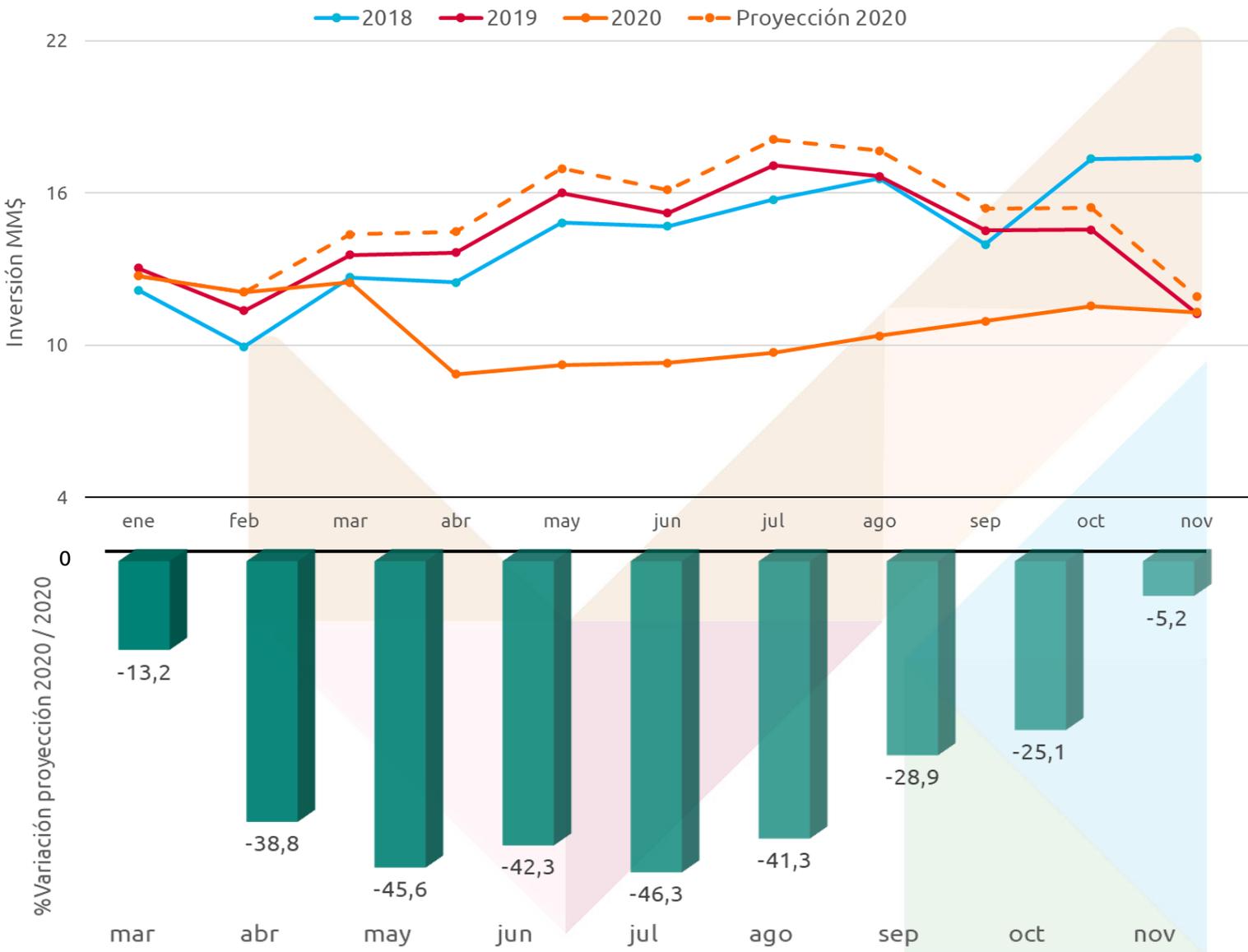
El medio Radio disminuye su inversión publicitaria en -3,8% al comparar el mes de noviembre versus el mes de octubre, siendo, de las radios mostradas en el gráfico, ADN, Agricultura y Bio Bio La Radio las que presentan un comportamiento contrario al general mostrado por el medio para el periodo considerado.



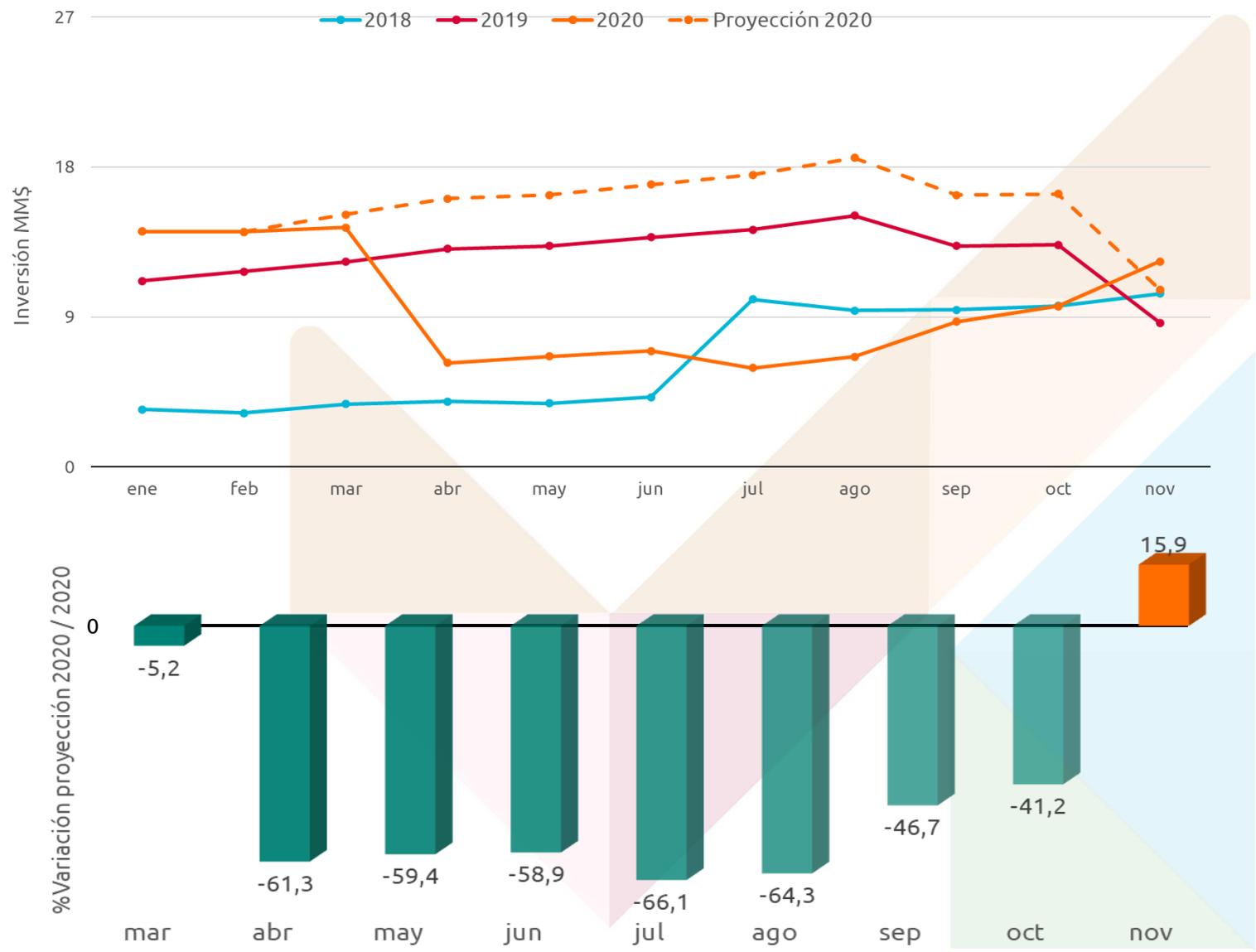
*Se muestran las 6 primeras emisoras de acuerdo al ranking de inversión publicitaria.

**Corresponde al total general del medio con todas las emisoras verificadas por la empresa.

EFFECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA

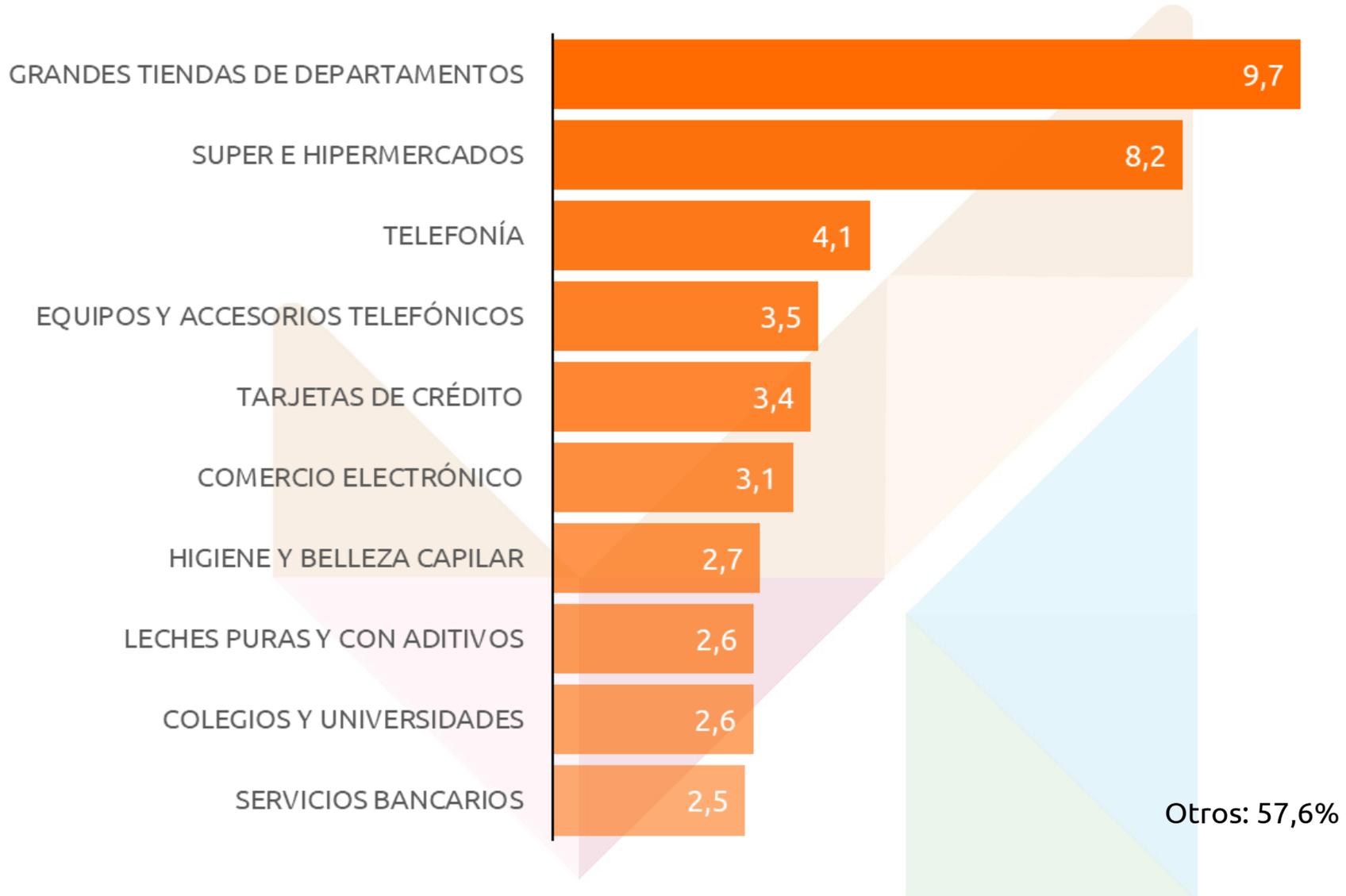


EFFECTO DEL COVID-19 EN INVERSIÓN PUBLICITARIA



Top 10 inversión Rubros

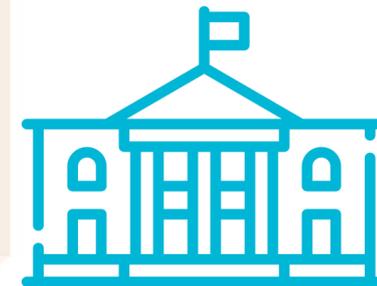
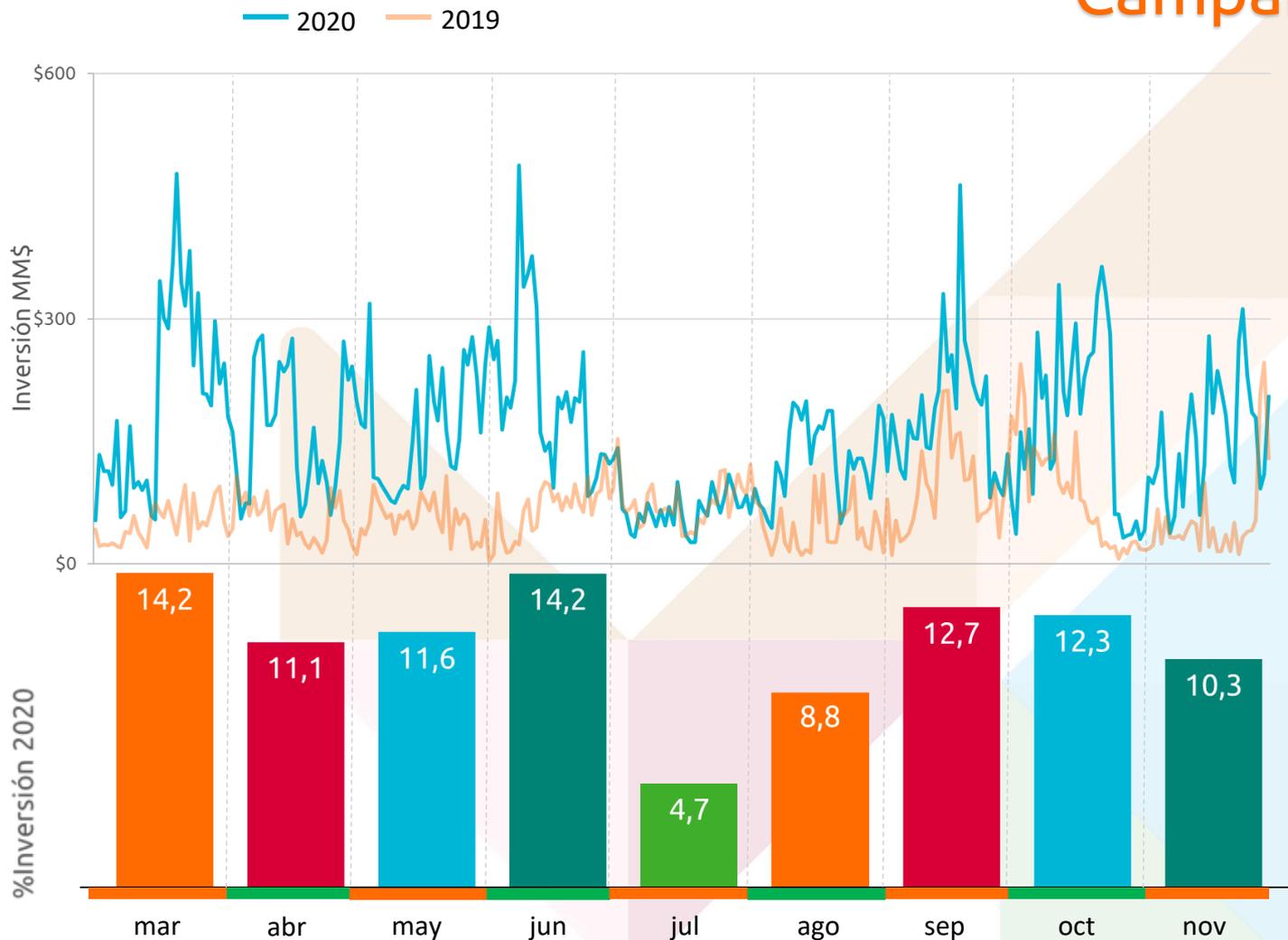
Noviembre



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

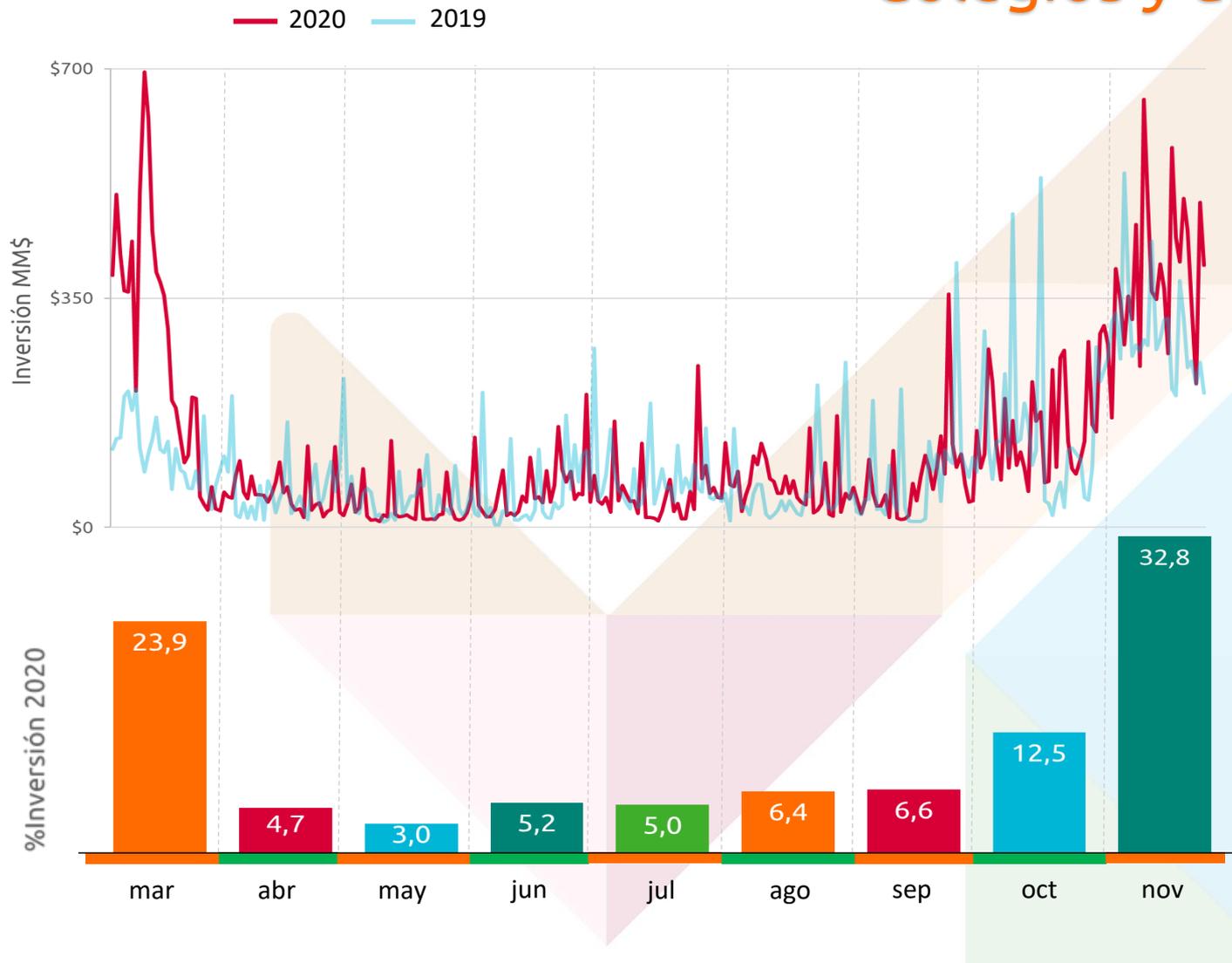
Campañas públicas



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro

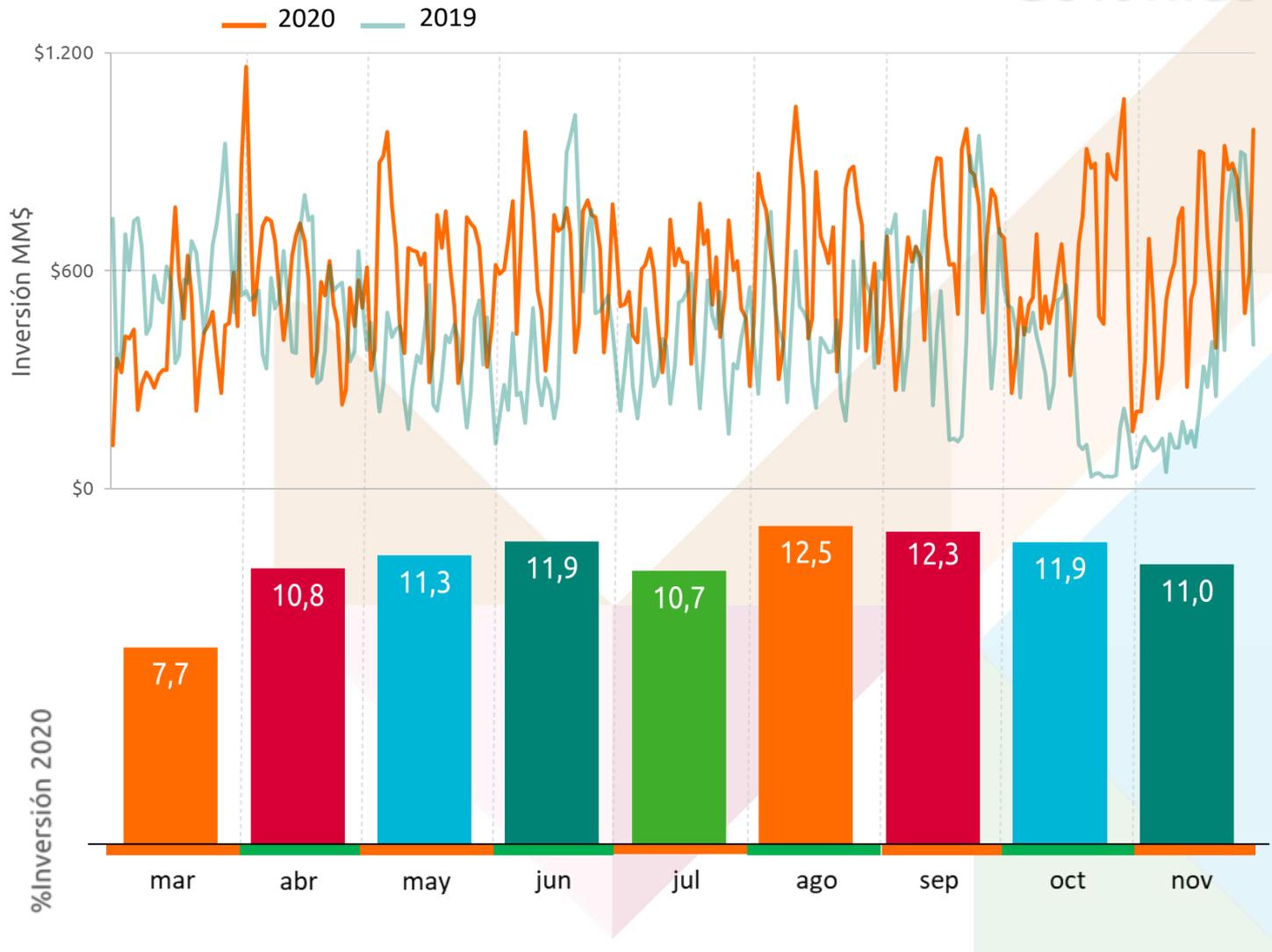
Colegios y universidades



Evolutivo inversión publicitaria

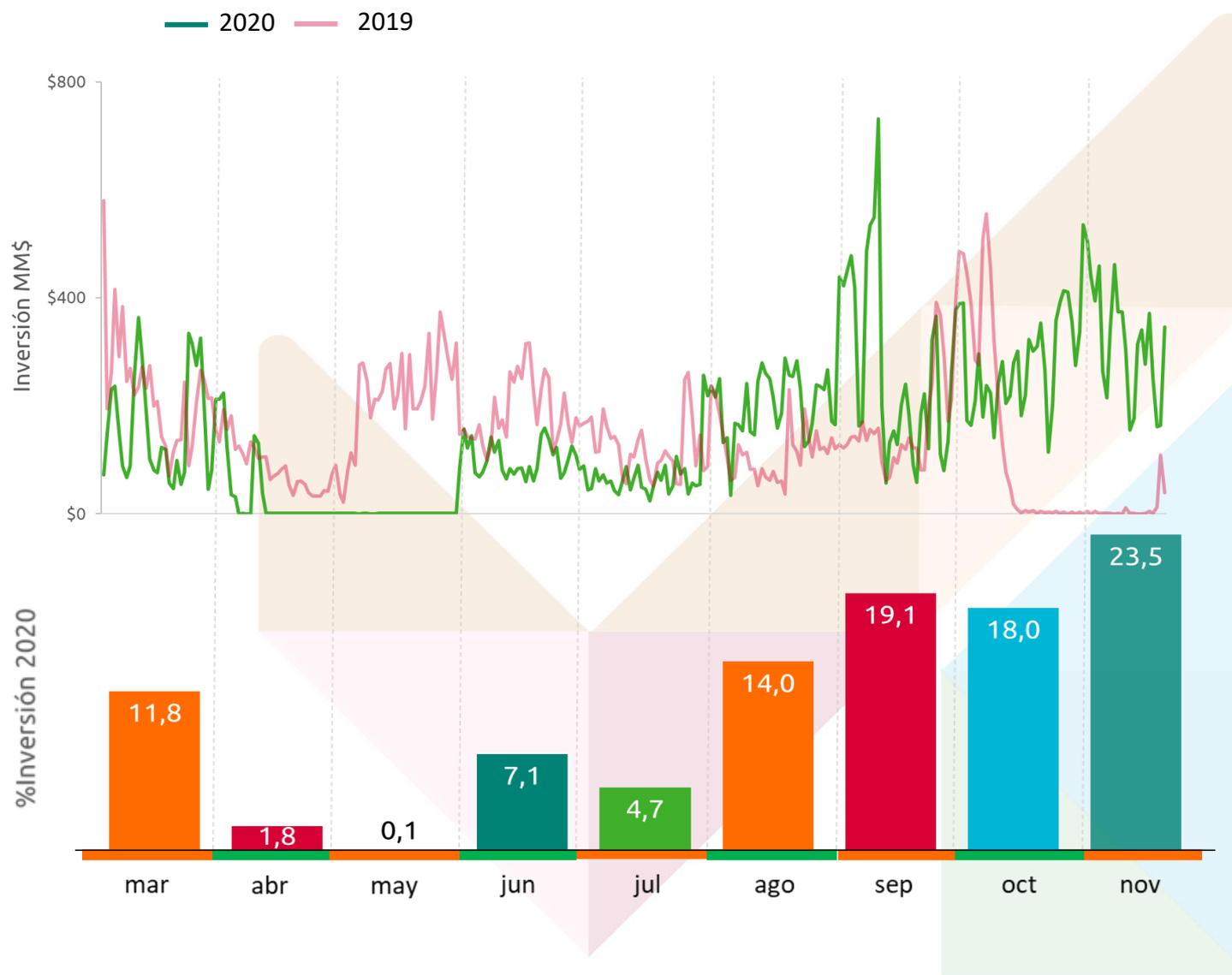
Por rubro

Colonias y perfumes



Evolutivo inversión publicitaria

Por rubro



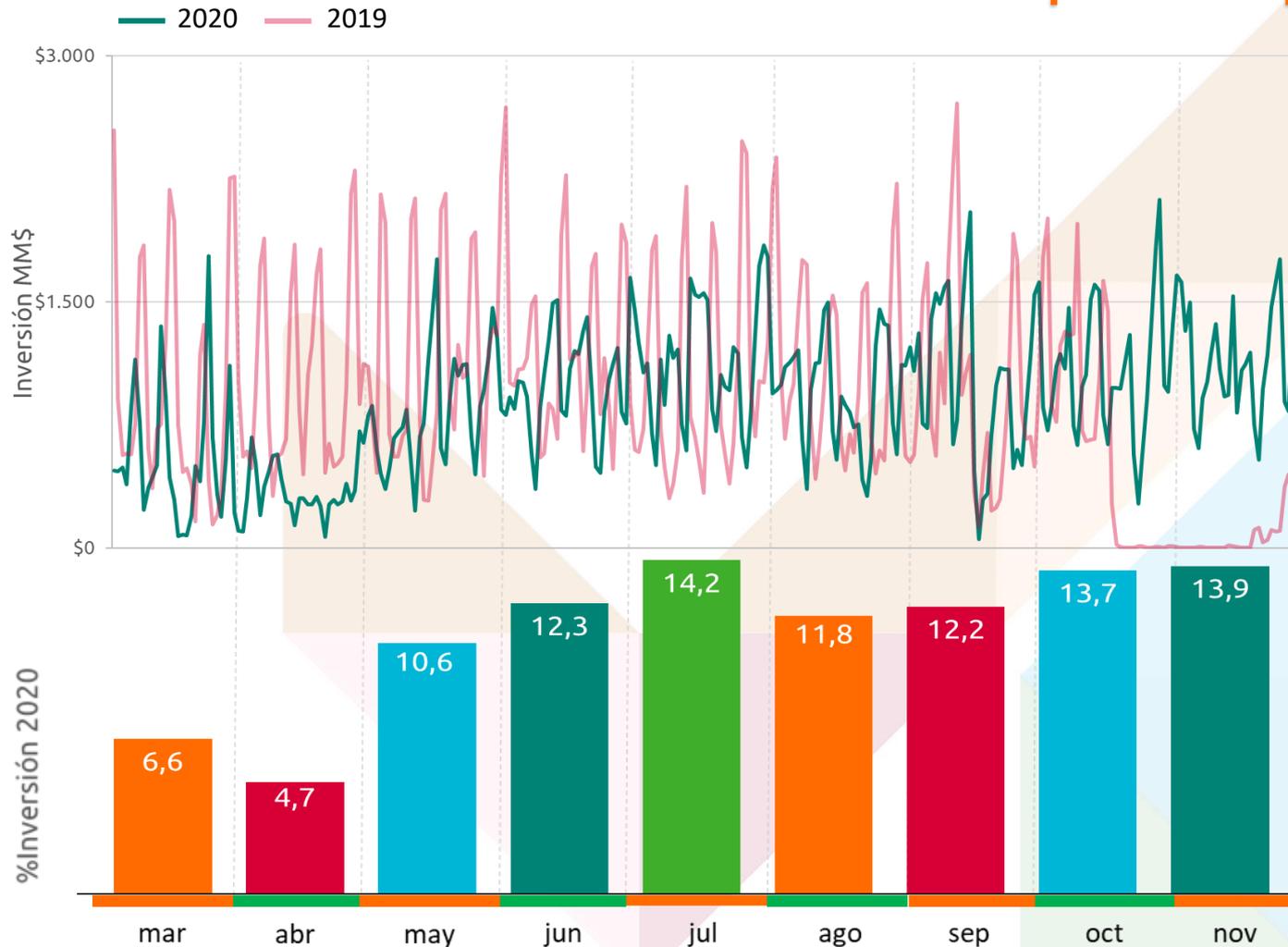
Gaseosas



Evolutivo inversión publicitaria

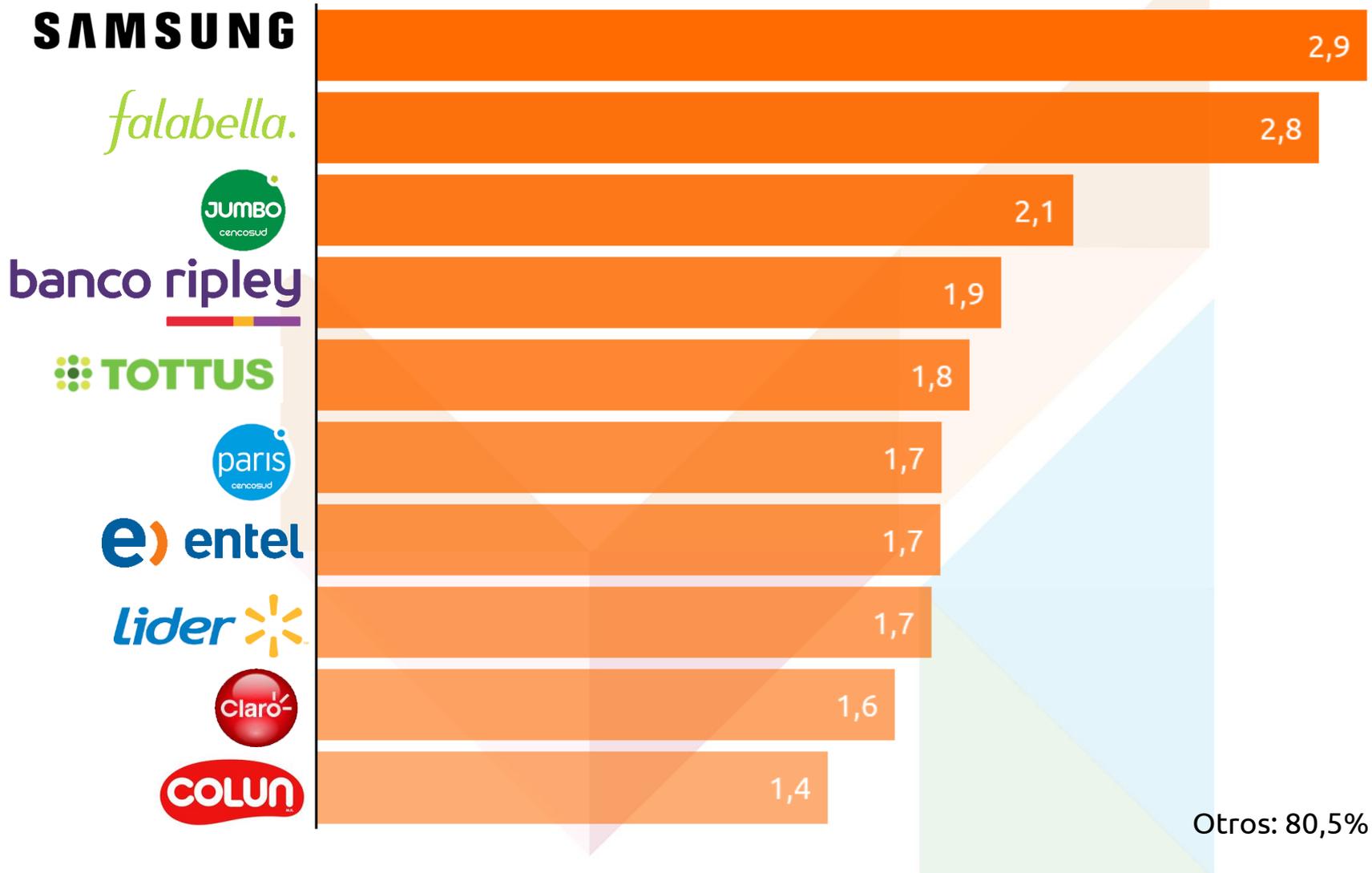
Por rubro

Super e hipermercados



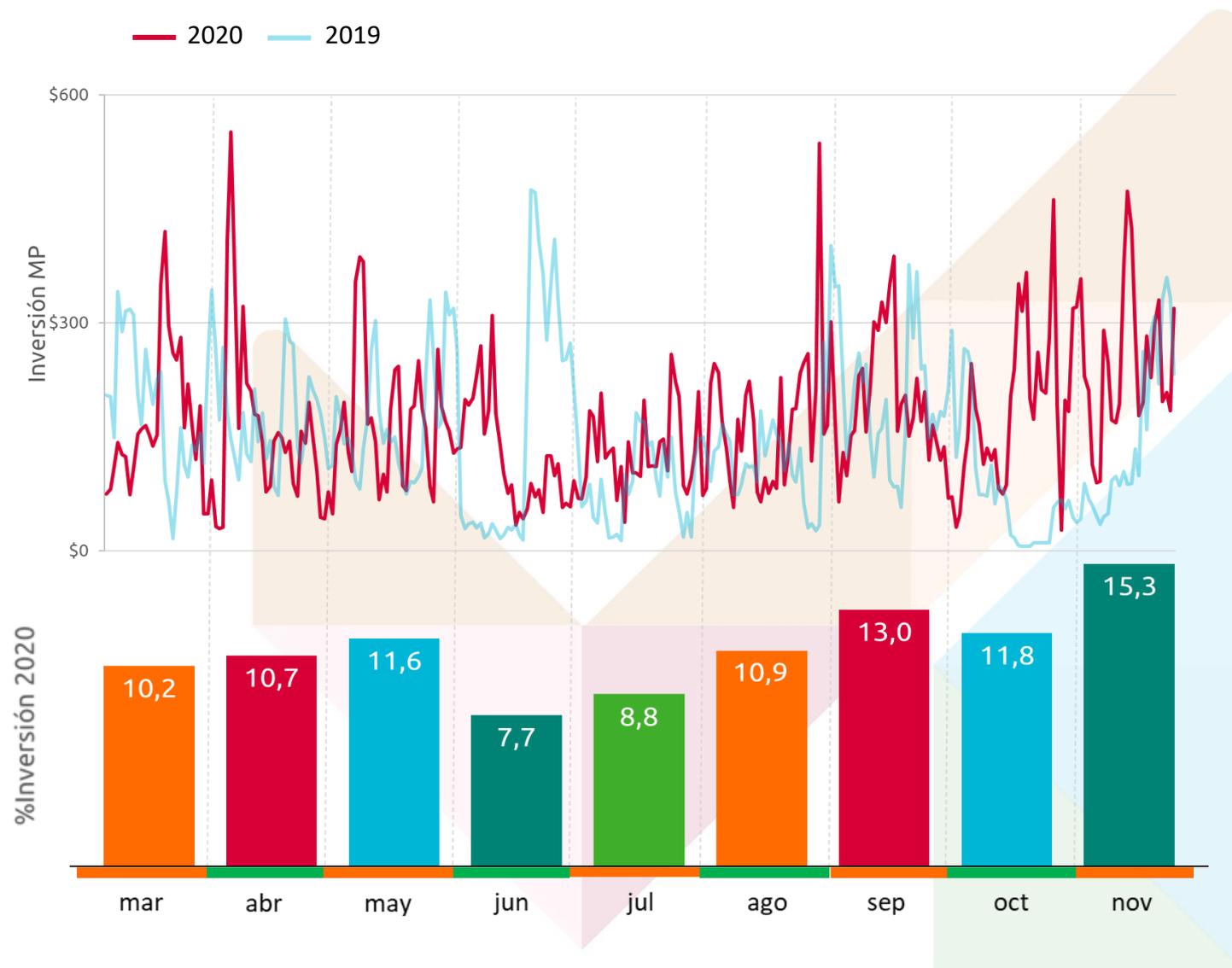
Top 10 inversión Marcas

Noviembre



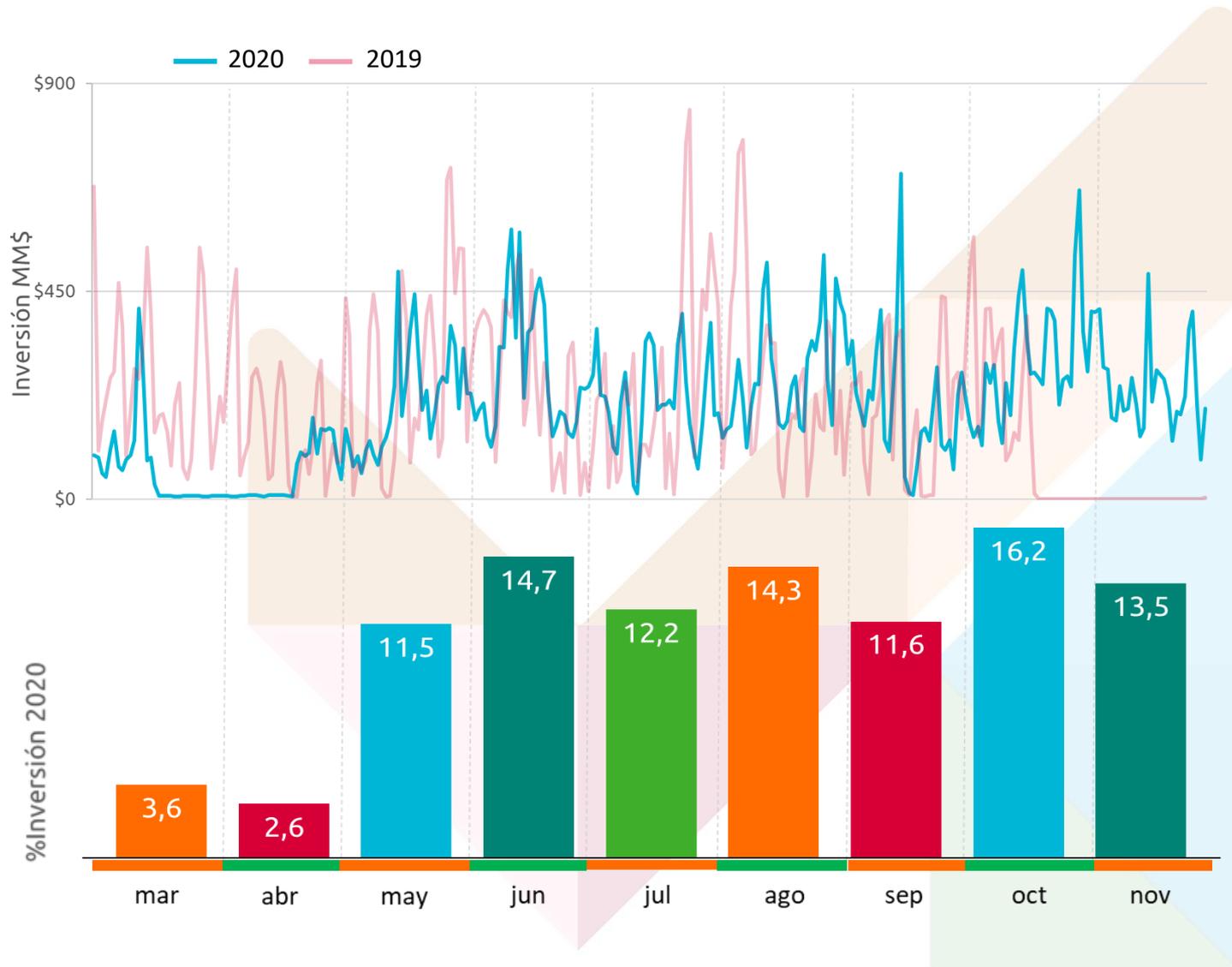
Evolución inversión publicitaria

Por marca



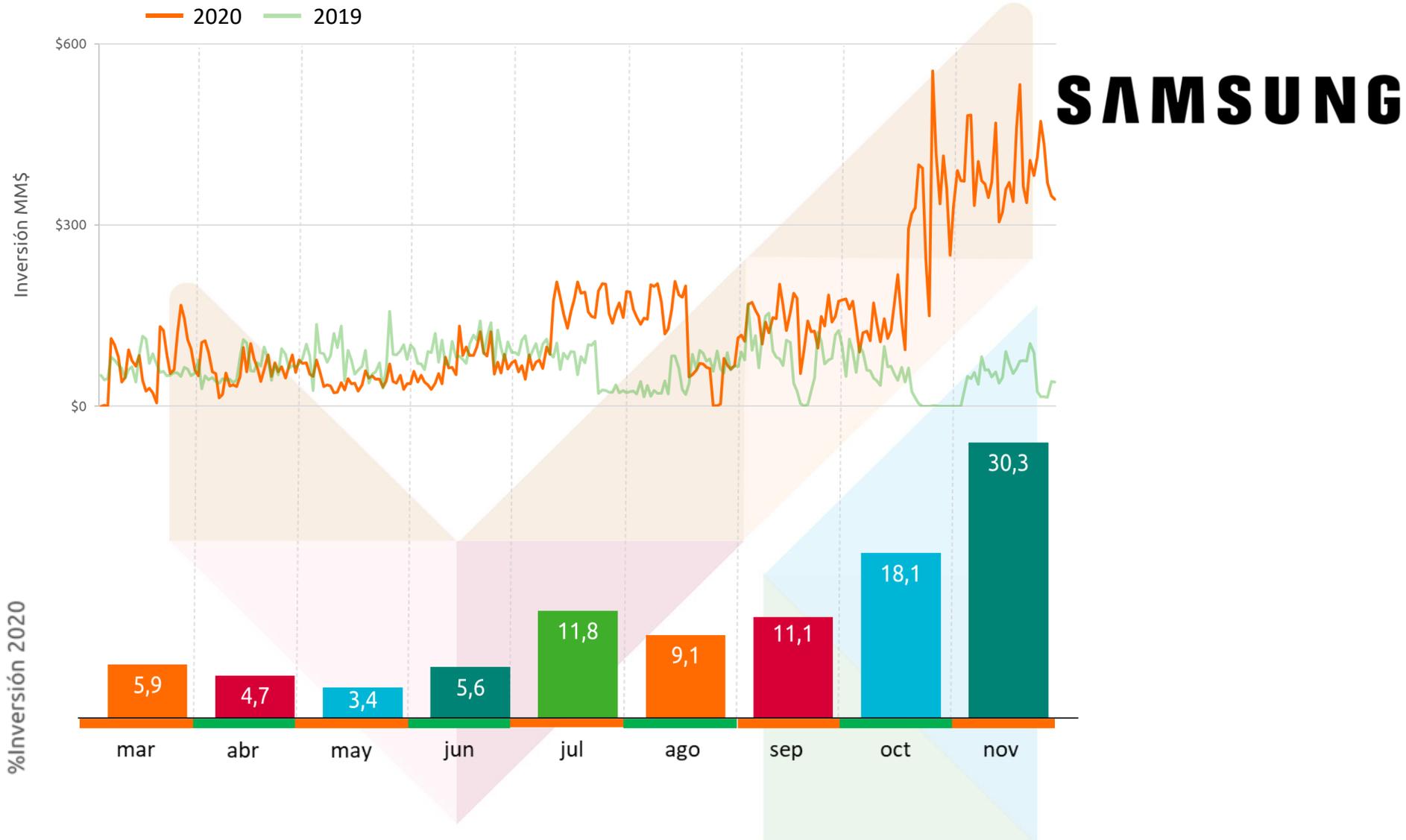
Evolución inversión publicitaria

Por marca



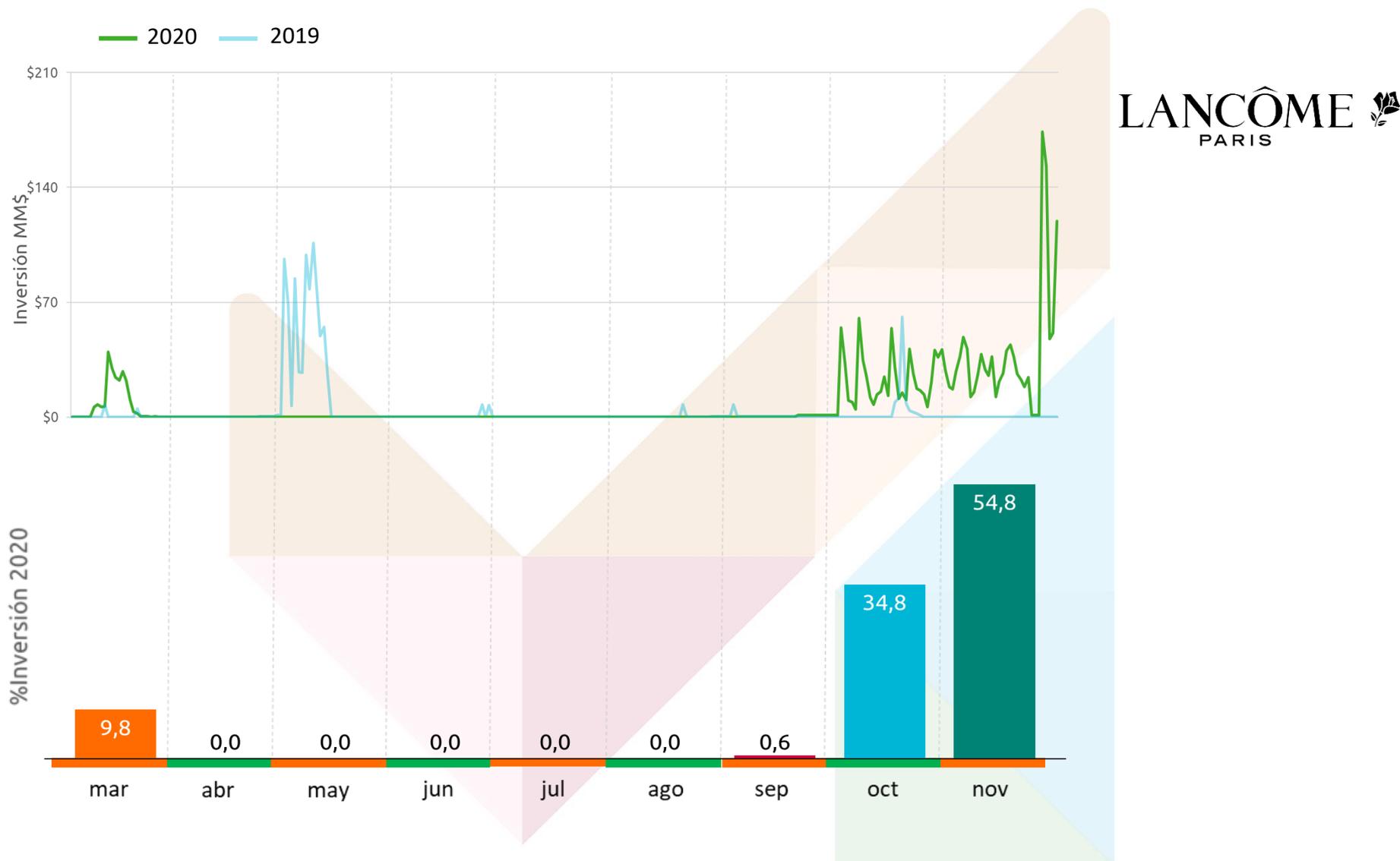
Evolución inversión publicitaria

Por marca



Evolución inversión publicitaria

Por marca



¿ Deseas conocer más estudios como este **?**

megatime.cl/blog

hola@megatime.cl

  **megatimegroup**